

旅游大住宿市场在春节出现的几大“热搜” 传递出哪些行业信号？

◎ 记者 刘青 通讯员 武爽

新年如约而至，今年春节，旅游大住宿市场相对以往出现了一些新变化。

酒店竞争是常态，不确定性也是常态。当前国内住宿业市场正处于存量优化与增量创新并存的阶段，无论是锦江、华住、首旅如家等本土连锁集团占据第一梯队的稳步前进，还是万豪、凯悦、洲际等国际酒店集团的本土化“扎根”，国内住宿业不仅“宽度”在扩张，“深度”也在不断挖掘。

有人退场，有人进场，记者通过本次假期的5大酒旅行业类的热搜新闻，略作探讨2025年大住宿业的趋势变化。

这些酒店类消息 屡登春节“热搜”



▲外国游客在国内民宿过年 图源：icphoto

◆**热搜1：持续升温，老外住到中国乡镇** 随着春节申遗成功和中国免签政策不断优化和放宽，越来越多的外国游客来到中国“沉浸式”体验年俗，感受热气腾腾的中国年味。春节期间，在民宿里过年成为越来越多外国游客旅行的新选择。途家民宿数据显示，截至2月4日，平台春节期间持非中国护照的民宿预订量同比增长3.7倍，有51个乡镇第一次迎来了外国人的订单。



▲英歌舞表演让天南海北的游客挤爆潮汕 图源：汕头发布

◆**热搜2：潮汕被“挤爆”了，酒店价格涨幅直逼海南** 春节前三日，天南海北的游客挤爆潮汕——72.43万平方米的汕头小公园人头攒动、南澳岛被围得水泄不通；甚至潮汕附近酒店价格涨幅堪比海南，一间155元的连锁酒店房间价格飙涨至688元。

“快捷酒店，标出了五星的价格。”“全部廉价连锁酒店上千，打败全国99.99%”“有香港、北京、河南、重庆等多地网友，接连发帖吐槽，想去潮汕过年，却被暴涨的酒店劝退。连适应了高物价的一些香港游客，也不甘心被收割8倍多的差价，无奈取消行程。

◆**热搜3：返乡+县域游，300元住豪华酒店** 同程旅行数据显示，2025

春节假期期间，部分县城的中高端酒店预订热度较平日上涨超过四成。其中，新疆巩留县、重庆奉节县的酒店订单量增幅高达5倍，安徽歙县、四川松潘春节酒店的订单量同比分别增长了3倍、2.2倍，安徽休宁、广西南丹、湖南宜章、福建闽侯、四川泸定及九寨沟等，多地春节酒店预订量同比增长超过1倍；县城高星酒店的数据更亮眼，预订量同比翻番，预订占比超过连锁和低星酒店。

其中，300多元的高性价比豪华酒店最受欢迎。从客源来看，年龄在25-35岁的旅客占县城酒店预订的四成以上，亲子房、景观房、钟点房、民宿公寓和电竞酒店是春节假期热门酒店预订主题。不少年轻人春节假期会约上好友去电竞酒店休闲放松，带动电竞酒店预订热度同比增长45%。另外，今年春节高星酒店价格较往年便宜10%左右，更高的“性价比”也拉动了消费升级。



▲主打舒适、躺平、省心的邮轮游则成为50岁以上银发族的心头好 图源：MSC荣耀号邮轮

◆**热搜4：海上邮轮酒店成为银发族过年新宠** 1月28日至2月4日期间，上海吴淞口国际邮轮港共有5艘国际邮轮推出9个航次，吸引6万余名游客乘坐国际邮轮出行，同比大幅增长275%，创下了上海吴淞口国际邮轮港春节假期邮轮航次最多、客流量最大的新纪录。

其中，主打舒适、躺平、省心的邮轮游则成为50岁以上银发族的心头好，携程平台上，今年春节邮轮订单较去年增长了357%，其中50岁以上老人订单增长近2倍。

◆**热搜5：全家出游，包个小院过非遗大年** 携程平台数据显示，家庭游是春节旅游市场的一大特色，近八成用户选择了家庭出游的方式，其中，老中幼三代同游、亲子游的现象尤为突出，出游人次占比分别为33%和26%。此外，还有20%的青年用户选择在春节期间陪父母或长辈一同旅行。今年是首个“非遗春节”，非遗活动英歌舞、游神、舞龙、灯会等，受到家庭游客的青睐，去哪儿数据显示，“年味儿”爆棚的小城酒店预订量增幅最快。其中，黄山春节期间的酒店预订量同比增长超100%；年味儿浓厚、有特色民俗活动的广东潮汕地区客流量可观，汕头、潮州酒店预订量同比均增长80%；福建福州、泉州等地预订量则增长60%。

租车、定制游是家庭出游的热门选择，占比分别为54%、37%。灵活度、自由度较高的一家一团类产品成为游客心头好，“可加床、做年夜饭……”的民宿产品受到“家庭游”群体的青睐。今年春节期间，上海崇明的独栋民宿比较受欢迎，有

的民宿除夕到年初六都包栋满房；在主打乡村特色的民宿，有家庭组团“包小院过大年”。不少民宿房东表示，“十一”过后民宿陆续接到不少咨询电话，主要以家庭组团，意向租下整个院子，包下所有客房。

酒店品牌试图 “精准拥抱”消费者

无论是家庭出游、还是银发族“海上过年”，从上面2025春节住宿业热搜新闻来看，基于不同的消费和体验诉求，消费者也被划分为不同的群体，有了独特的群体属性。如“年轻化”意味着潮流、时尚、趣味；“休闲化”意味着放松、自由、度假……不同的消费客群意味着不同的消费力、购买力价值和号召力、影响力，本质是面对存量市场破圈瓶颈不得已而为之的客群争夺。

但不难发现，当前住宿客群呈现模糊化趋势，上到七十多岁的银发族乐游，下到稚龄幼儿开始参加酒店研学，“商务、休闲、亲子、康养”等酒店的多种属性出现在同一客体上。这也是为什么商务型酒店提供更多创新性和吸引力的亲子服务，紧抓亲子消费红利；同时也做休闲配套的原因。

对酒旅行业来说，“银发族”成为旅游行业中不可忽视的一个群体。退休潮来临之际，有钱又有闲的“银发族”成为旅游消费市场的一大增量。据测算，目前我国银发经济规模已经达到万亿级市场，涉及面广、业态多元。银发一族的消费潜力和市场价值日益凸显，目前国内老年人养老康养酒店市场还不成熟，市场的新需求和酒店的供给仍存在错位，尚未能形成有效共振，更多只是酒店破解淡季或多元化经营的努力。

希尔顿、洲际、万豪、凯悦、首旅、绿地等国内外酒店集团近年来均已在康养业务方面有所布局，但仍处于起步阶段。需要注意的是，银发一族的消费模式正在悄然转变，从基本的生存需求向健康管理、心理满足和智能服务方向演进，但盲目布局则存在较高的风险隐患。这就要求酒店、民宿、公寓等住宿业态产品在预订方式、设施/服务的关注度、适老性需求等多方面下苦功夫，打造银发群体需要的和喜欢的酒店产品，做到需求拉动的投资和供给侧结构性改革。

酒店必须学会 “溢价”是从服务上产生的

从需求端来看，春节假期热门旅游城市的住宿业属于稀缺资源，价格有一定波动是正常的。不少酒店价格可能会相较平时上涨30%~50%，甚至会多出一倍。同样面临着价格上涨，哪家酒店能在活动和项目的丰富度、员工的服务温度、管理的有序度等方面做得更好，谁就能赢得客人的心。上文提到的各地花式“宠游客”就是意识到了这一点，好的服务带来好的口碑，好的口碑带来新的流量，新的流量形成源源不断的收益，同样适用于住宿行业。

同时，乡村振兴背景下，批量“网红山村”将成为新的争夺地。乡土之间，一批“村”字头的新年俗文化，如“村晚”“村



▲在蛇年春节出游热的带动下，多地酒店业出现消费“井喷” 图源：视觉中国

BA”“村跑”等新年俗屡屡出圈，成为充满地域特色的文化大餐。这些出圈现象的背后，一方面是当地政府对乡村文旅基础设施建设的大力投入，一方面则是消费者对“真实感”“年味儿”的追寻。亚洲旅宿大数据研究院中国区负责人高松元表示，预计2025年县城酒店预订热度依然保持高位。

这些地区酒店品牌渗透率和品牌化进程相对落后于经济发达区域，中高端细分市场存在较大空缺，市场潜力巨大。值得注意的是，近两年头部连锁品牌加快了进军县城市场的步伐，县城酒店设施全面升级，匹配了春节探亲人群临时住宿的需求。锦江、华住、首旅、亚朵、东呈等集团凭借其品牌优势和市场布局，在下沉市场占据主导地位。此外，不少休闲度假酒店也在不断“下沉”，但需要注意的是，酒店品牌与城市是否匹配，品牌与当地环境文化不能“面和心不和”。

更加关注国外游客 做“中外皆宜”的产品

在“China Travel”和“首个非遗年”热潮的带动下，多家酒店和在线旅游平台的数据显示，今年春节有大量外国游客来到中国深度体验“中国年”。携程《2025年春节旅游总结报告》显示，跨境游整体订单同比增长三成，其中入境游门票订单同比增长180%，入境游酒店订单同比增长超六成。不少网友戏称：“China Travel”升级“Chinese New Year”。

这对于本土酒店品牌来说，将是走向世界的好机会。但目前来看，国内不少酒店在接待外国游客时存在种种不足，中国酒店业面临着如何提升涉外接待能力，以更好地服务国际游客的问题。有需求就有市场，国外游客市场这块“蓝海”，谁能吃下，分得更多饼有待观察。

此外，“staycation”（在酒店中寻找假期体验）的概念越来越受到欢迎。人们倾向于在周末或假期选择一个风景优美的酒店，享受酒店提供的美食、泳池、健身房等设施，实现不出酒店的“短逃离”。在竞争格局的转变下，传统的同质化连锁酒店市场正面临饱和，差异化战略成为企业突破重围的核心。一些专注于满足消费者个性化需求和愿望的细分品牌开始崭露头角。资本的大量进入，布局高端度假酒店，高端客房数量激增，叠加后续的需求不足，竞争必然加剧，降价厮杀就成为必然。但“降价”并不是长久之计，构建、运营一个为游客精神文化生活的课题，其本质是行业逻辑在发生根本变化，从单品类单场景单次交易模式向多品类全场景长期复购升级。